

年頭所感

平成30年

日本靴小売商連盟
一般社団法人東靴協会
会長 栗原 茂



一般社団法人
東靴協会
千代田区鍛冶町1-6-17
〒101-0044 ☎(3252) 5656
(1月号)



謹賀新年

新しい年を迎え皆様の健康と
ご多幸を心よりお祈り申し上げます
本年もよろしくお願いたします

平成三十年元旦



東靴協会の皆様、新年あけましておめでとございます。昨年の6月より会長を務めております栗原茂です。

昨年は、新しく大統領になったトランプ氏がTPPやパリ協定からの脱退を決めるなど、今迄の世界のリーダーであるより、アメリカファーストを打ち出した年であり、隣国の北朝鮮の核、ミサイル問題は引き続き解決策の見えない状況が続いています。

国内においては株価が21年ぶりに2万2千円を超すなど好景気といわれる反面、中小企業の70%は赤字であり、特に小売りは厳しい状況が続いています。また、東芝の1兆

円を超す損失、経営破綻したタカタの負債も1.7兆円という多大な額であり、その上神戸製鋼・日産の不正が露呈するなど、日本企業の信用にかかわる問題が続出した年でした。

靴業界においては、ニューバランス、アディダスなどのレイダースニーカーブームやフラットシューズにより履きやすいFOOTWEARへの要望が強まる一方、ハイヒール、ロングブーツ、サンダルの不振が強まり、それが百貨店のM&Aへと波及しました。また、破たんした専門店チェーン、婦人靴卸、メーカーが中国資本に買収されるなど、海外企業は単なる商品の提供

先から、日本市場への進出を狙う競争相手にもなっています。

さて、婦人靴の不振が続いていますが、女性のスカートとパンツの消費支出は1995年の同金額が、2017年にはパンツがスカートの3.3倍になっています。婦人靴の不振は、ただスニーカーブームの影響だけでなく、全体的なカジュアル化への変化とも考えられ、品揃えの検討も必要でしょう。

さて、現在は人手不足と言われますが、年末になって3大メガバンクが大幅な人員削減を発表しました。いよいよIT社会から、人工知能が活躍するAI社会へ移行しようで、20年後には仕事の49%がロボットやAIに置き換わると言われています。しかし、AIはデータラーを学習して分析するのは得意ですが、他者に共感、感動、感激を与える

シューフィッターの皆様へ
住所・勤務先等変更が生じた時は必ず協会までご連絡をお願いします

のは不得意です。人間らしい感性を磨き、接客において心を込めたおもてなしで感激させることは、人間が得意とする分野です。今のうちから感性を磨き、楽しさ、おもしろさを演出しましょう。(GM Sのユニーの店舗をドンキホーテに改装するのもこの流れです)

靴業界もAI、IoTにより、大きな変化が予想されます。文部省科学技術・学術政策研究所の調査報告書によれば、

☆2020年 AIレジが、晴雨や気温・湿度を分析して売上予測と商品配置を指示。

☆2022年 接客ロボットが活躍始める。AIカメラが顔認証、担当販売員のスマホに、顧客の個人データを送信。

☆2023年 靴にIoTタグをつけて、使用状態から適切なアジャストメント方法を担当販売員へ連絡。IoTタグにより商品投入直後に売れ筋、死に筋が分かる。在庫管理や販売管理、売場演出を指示。

☆2025年 シューフィッターロボがフィッティングに活躍。履くだけで足の体調が分かる靴の発売。

歩くためには靴が必要で、来るべき社会に対応した専門店に変わらなくてはならないでしょう。まず、自店の基本である理念、コンセプトを見

直し、自社の都合からお客様を起点とした考え方に戻し、社員・スタッフ(ヒト)、商品(モノ)、店、会社のブランドディングを図りましょう。

小売店のブランドディングは路面店がやりやすく、それは外装で店の個性を主張できるからです。外装の次に店作りと品揃えですが、スタッフとのコミュニケーション空間や心地良いと思われる空間を設けます。また商品は自店独自の商品構成が基本ですが、商品のくくり方での差別化も考えられます。新規の取引先の発掘や、国内で開かれる海外メーカーの展示会の視察などを通じ、今迄見たことのない商品の取扱いで差別化を図るのも一つの方法でしょう。

時代は第二次産業革命による工業化革命、20世紀末に起きたコンピュータとインターネットによる第三次産業革命である自動化革命、そして今後起こるロボットが人間に変わり仕事をする第四次産業革命である自律化革命へと進みます。このような変化は、店舗数が多い大型チェーン店にも、中小店にも同様に訪れます。変化に対応したものが生き残るという進化論を信じ、新時代に向かっていきましよう!

(参考: アジアリング「AI革命を勝ち抜く靴業界の経営戦略」セミナー)

業界情報

大手三社の決算

当第2四半期（3月～8月）の決算が次のように発表された。

○チヨダ

業績は、売上高672億3,800万円（前期比5.9%減）、営業利益45億3,600万円（同2.7%増）、経常利益47億7,700万円（同20%増）となった。スポーツミックスは好評

靴事業では、プライベートブランドの販売強化をテーマに

新規婦人靴ブランド「fuwaku（フワラク）」のパンプスは、インターネット調査や一般女性による試し履き会の声をもとに商品開発を行い、陳列や接客などの販売方法を標準化し、サイズ管理もきめ細かく行ったことで、販売数は16万足を超えるヒット商品となった。

一方、グローバルブランドスニーカーは、前年同期が好調だった反動と在庫調整を行ったことで、販売が落ち込んだ。また、夏場の天候不順からサンダルなどの季節商品も伸び悩んだ。

店舗では、スポーツミックス

ス売り場を展開し、ライフスタイル提案型の売り場づくりを推進した。

また、レジ業務負担の軽減を目的に新POSシステムの導入を進めるなど、作業効率の改善にも取り組んだ。

出退店については、首都圏の駅周辺などに7店舗を出店。一方不採算店を中心に22店舗を閉店した。子会社のアイウォークは1店舗出店、1店舗閉店した。この結果、8月末店舗数は1078店舗（前期比15店舗減）となった。

○エービーシーマート

順調な出店継続で増収

連結業績は、売上高1,288億3,900万円（前期比4.5%増）。利益面では、大量出店による出店コストの増加により、営業利益236億7,400万円（同1.5%減）、経常利益242億6,000万円（同0.7%減）、純利益160億8,000万円となった。

（国内）

スポーツシューズが好調

引き続きカジュアルラインのスポーツシューズやファッションスニーカーの販売に注力し、親子でのコーディネートが可能でファッショントーンが可能なファッションスニーカーを多数展開したことで、キッズやレディース向けのスポーツシューズの販売が

好調。トレンドのサンダルについては、気温の上昇で需要が前倒しとなり、8月の冷夏の影響も受けず好調な販売で推移した。

国内店舗の売上高増収率（ネット販売含む）は、全店で前年同期比4.2%増、既存店で同3.3%増となった。

客単価は、サンダルやキッズシューズなど単価が低めの商品が好調であったことから、前期比は、やや低下した。

店舗展開では、好立地の商業施設やショッピングセンター中心に新規出店を行い、上半期で44店舗出店した。閉店は12店舗だった。

この結果国内の店舗数は、938店舗となった。

（海外）

国内より高い伸びを見せる海外の売上高は323億9,700万円（同10.3%増、営業利益は21億1,100万円（同1.4%減）となった。

6月末現在の海外店舗数は、韓国207店舗、台湾38店舗、米国4店舗の249店舗となった。

○ジーフット

売り場改革順調に進む

業績は、売上高513億3,900万円（前期比5.6%減）、営業利益14億8,700万円（同55.4%減）、経常利益14億9,

900万円（同55.2%減）の減収減益に。

Eコマース事業を拡大

同社は「商品の改革」「売場の改革」「働き方の改革」の3つを軸とした経営戦略を進めた。しかし、「商品の改革」では、客数対策としての価格政策が先行し、機能価値商品の提案が充分できず、婦人靴・紳士靴分野において顧客ニーズとのかい離が生じ、客単価ダウン、売り上げ低下を招いた。特にプライベートブランドでの機能価値商品の開発・提案が大きく遅れたことで、PB販売構成比は26.8%（同5.9%減）となり、売り上げ総利益で46.5%（同0.8%減）とダウンした。

「売り場の改革」では、基幹業態の進化に努めるとともに、新規事業の推進とオムニチャネル化の推進・Eコマース事業の拡大に注力した。アスビー業態においては専門店複合型フォーマーケットによる活性化を推進した。また、グリーンボックス業態においては浜松志都呂や新小松などで新提案スタイルを具現化し、堅調な成果が見られた。

出退店については、アスビーイオンモール徳島など24店舗を出店。不採算店舗を中心に17店舗を退店し、8月末で店舗数は887店舗となった。

企業名	(3月1日～8月31日)	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益	
		(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
チヨダ	2018年第2四半期	67,238	△5.9	4,536	2.7	4,777	2.7	3,064	20.0
	2017年第2四半期	71,429	△3.5	4,417	△19.9	4,650	△19.7	2,553	△11.6
ABCマート	2018年第2四半期	128,839	4.5	23,674	△1.5	24,260	△0.7	16,080	△1.0
	2017年第2四半期	123,298	2.4	24,025	0.6	24,433	0.6	16,236	10.7
ジーフット	2018年第2四半期	51,339	△5.6	1,487	△55.4	1,499	△55.2	630	△65.7
	2017年第2四半期	54,405	1.2	3,334	4.3	3,349	4.9	1,837	9.5

ショーフィッター 既得者勉強会

昨年12月5日火曜日午前10時より12時まで西村記念ホールにおいて23名が参加して表記勉強会が開催された。

講師には「東京都立城東職業能力開発センター台東分校製くつ科」講師の鈴木信行氏にお願いして、「店頭での調整の基礎的な注意点」と題し行った。



今回は参加者をAからDの4グループに分け、それぞれのグループにテーマを与えワークシヨップ形式で講義は進んだ。各グループのリーダーを選びテーマについて問題点と、その解決方法を検討し、終了後リーダーから発表するという方法で行われた。各グループは、まず雰囲気

を和ませるよう自己紹介をするところから始まった。

各グループのテーマは、Aグループは「幅が当たる」。Bグループは「トップラインが開く」。Cグループは「踵が脱げやすい」。Dグループは「爪先がそり上がる」と課題を決め、それぞれのグループで話し合いが始まる。和気あいあいの雰囲気の中で活発な意見で盛り上がっていた。今回の参加者は、現場で販売を実践している方々の為、毎日の経験の中で困った事や成功した話など、体験話も交え熱心な話し合いがされていた。

11時より各グループがまとめた結果をリーダーから報告された。リーダーからは課題の問題点と解決法が、それぞれ説得力ある説明で報告された。報告の後、講師からそれぞれ解説と注意点などが加えられ、実践に向け役に立つ内容となった。

注意点で感じたことは、幅が当たると言われて、すぐにストレッチで靴を伸ばすのではなく、靴と足のボールの位置がずれていても当たることがある。またアライメントが合わなくても当たる。原因を追究することが大切なことだと説明。

同じように、踵が脱げやすいことも踵カーブが合わない

だけではなく、踵幅も原因になる。トップラインが開くや爪先がそり上がるも、ボールの位置や足型にも原因がある。症状の原因がどこにあるのかを判断した上で、パッキングの位置や形状など症状によって使い分ける必要がある。

原点に返り、足の形状、足のアーチ、体重変化によるアーチの変化、ヒールカーブ、踵骨外反、アライメント等、これまで勉強したことを思い出し、症状はいろいろあるが、良く注意をして原因を見つけていることが重要になる。又、履いていた靴は中敷や底の減り方なども判断の参考になる。というように今回の勉強会は実践に合った技術を身に着けるために、役に立った講座となったようだ。

業界情報

オギツの現状と今後

百貨店は取引を継続

モード・エ・ジャコモ、シンエイに引き続き、ラオックスの傘下に入った婦人靴の大手卸オギツ。これまで懸念されていた倒産の事態は回避された。ラオックスの子会社となったオギツは、これまで通り百貨店を中心とした卸事業を進めると発表している。こ

れに対して百貨店側は今後どのような対応を考えているのか、現状と合わせて聞いた。ポリウム&ヤング・ゾーンの主力ブランド

昨年は同じ百貨店卸の大手シンエイが、ラオックスの子会社であるモード・エ・ジャコモに吸収され、売り場は商品の処分が混乱した、そんな中で、オギツはどのような位置づけがされていたのか。

「平場の商品構成の中で、主要な取引先だった。特に「イニング」「ビッティ」は、ポリウムゾーンの価格帯にあり、ヤングからキャリア向けでの主力ブランドと位置づけしていた」(A百貨店)。「古くからの取引先で、売り場のポリウムゾーンで商品展開をしていた」(B百貨店)と、両売り場ともポリウムゾーンでの展開をオギツのブランドに期待していた。

すでに取引をやめていた売り場では、その理由を次のように話す。

「以前からブランド間の同質化、提案力の低下が見受けられた。昔のようなポリウムゾーンとしての勢いはなくなっていた。シンエイが民事再生となり、その代わりのブランドとして期待したが、思うような結果が出なかった。」(C百貨店)

ブランド間の同質化で、取引を控える売り場も

ラオックスの子会社になつて取引形態が変わることが予想されるが、今後どのような影響が出てくるかについては、「現状は特に影響はない」とする一方、「当面は現状の取り組みを継続する発表があったため、大きな影響はないと思う。しかし、これまでのような取引形態でのビジネスが、昨今は厳しく、春以降、新たな事業モデルの構築を急がたい」(A百貨店)と説明する。

現状のオギツの在庫商品の扱いについては「現状のまま販売を継続する」「売り上げ仕入れの為、そのまま販売を続ける」としている。

「モード・エ・ジャコモとシンエイの統合がうまくいっていない前例もあり、オギツが加わるメリットが見いだせない。これまで以上の提案が無い場合、新規取引は厳しいと思う」という見方だ。

百貨店が予想する今後の市場変化を聞いた。「EPA締結による関税の問題や国内産業の疲弊などにより、ここ数年で大きな変革期を迎えるため、危機感がある。取引先、百貨店ともに利益が確保できる、新たなビジネスモデルを創出していく」と考えている。(F W11月号より)

理事会・支部連絡会

だより

平成二十九年十一月二十二日(水)
午後二時、西村記念ホール

出席者24名

松戸副会長の司会で開会。

栗原会長が「靴業界は低迷が続いており、特に婦人靴の不調が目立ちます。大手三社の業績も昨対でABCが微増でしたが2社はマイナスでした。先日アジアリングのセミナーがあり参加してまいりました。詳細は後程申し上げます。」と挨拶の後、議事に移った。一、「靴まつり」お買物券の扱いについて

田中監事より、「靴まつり」お買物券について説明。お買物券は11月27日に当選者に発送。ご利用は30年1月31日まで、各店の回収券の換金は2月15日事務局必着のこと等、詳細な説明があった。

二、シューフィッター

養成講座開催について

田中事務局より平成30年1月24日(土)26日に国際ファッションセンターで開催される。申し込みが少なく、希望者は事務局まで、と説明。

三、親和会総会予定について

松戸副会長より、親和会総会の日程は2月15日16日に一泊で箱根湯本「河鹿荘」で行う。宿との打ち合わせなど進捗を

説明、多数のご参加をお願いいたします。と要請した。

四、教育研修委員会から報告

栗原(昭)副会長より2月の講座及び工場見学について、本日この後の委員会で詳細を決める。

是非ご参加ください。と説明。

五、その他

栗原会長よりアジアリングのセミナーでは「急速に社会が変化している。ITからAIの社会にという事で、顧客主導の社会へと移行していくだろう。ロボットが各方面で進出する中、感性やおもてなしの気持ち、心を込めての接客等ロボットにはできないこともある。将来はAIによる見守りや接客までも研究されている。今後大きな変化があるだろうが、基本を大切にしつつ対応の方法など研究して進めていかなければならない。」と報告があった。

続いて田中事務局より、12月の理事会など、今後の予定の説明があった。



一世田谷支部

世田谷支部(田中省一支部長)では毎年恒例の秋の親睦旅行を十一月十四日・十五日、一泊二日で行なった。参加者は6名だったため会員の自家

用車(8人乗り)を利用して実施した。

朝10時に下北沢駅に集合し出発。途中SAで休憩し沼津港へ。海鮮料理の昼食をとり、宿泊予定の修善寺温泉「瑞の里」久旅館へと向かった。



歴史ある宿で、かけ流しの温泉を堪能した。夕食も食べきれないほどの地元のものを中心とした懐石風料理を満喫した。

翌日は、出発前に修善寺まで散策し本尊などを見学し、9時半に旅館を出発した。途中浄蓮の滝を見学。下田では街の散策と昼食をとり、城ヶ崎公園へ向かった。ドラマのロケにも出る「大つり橋」を見学、見事な海岸線とのコラボを楽しんだ。

途中「道の駅・伊東マリンパーク」で土産を調達し帰路に着いた。

交通事故防止

靴に反射材を

11月の理事会に先立ち、警察庁交通局交通安全課から課長補佐・横山警視と三宅警部より、交通安全の協力要請があった。夜間、車から目立つように靴に反射板を装着する旨の要請

だった。価格は安価で、種類も各種あり効果は大きいそうだ。実売の際、仕入れ方法は付属品を経由するほうが販売しやすいと説明。コロンブス等卸業者を紹介した。問屋から要請があった際はぜひ取り扱いの協力をお願いいたします。

東京都中小企業景況調査(10月)

業況：前月より6ポイント悪化
見通し：回復への期待感を保つ

卸売業			業況			
対象数	回答数	回答率	10月		今後3か月間見通し(当月比)	
			悪い	良い	悪い	良い
875	352	40.2%	-100	0	100	0
衣料・身の回り品	1. 男子服					
	2. 婦人・子供服					
	3. 靴・履物					
	4. かばん・袋物					
	5. 装身具・身の回り品					
小売業			業況			
対象数	回答数	回答率	10月		今後3か月間見通し(当月比)	
			悪い	良い	悪い	良い
875	271	31.0%	-100	0	100	0
衣料・身の回り品	1. 呉服・服地・寝具					
	2. 男子服					
	3. 婦人服					
	4. 子供服					
	5. 靴・履物					
	6. かばん・袋物					
	7. 雑貨・身の回り品					
	8. 時計・眼鏡					
	9. ジュエリー製品					

景況についてのアンケート結果 (対象月…29年11月)

全体的な業況		
良い		0.0%
悪い		75.0%
変わらず		25.0%
売上げ		
前月比	増えた	8.4%
	減った	58.3%
	同じ	33.3%
前年同月比	増えた	16.7%
	減った	58.3%
	同じ	25.0%
販売価格(前月比)		
騰貴した		0.0%
下落した		16.7%
同じ		83.3%
販売経費(前月比)		
増えた		8.3%
減った		16.7%
同じ		75.0%